

**Zeitschrift:** Kultur und Politik : Zeitschrift für ökologische, soziale und wirtschaftliche Zusammenhänge  
**Herausgeber:** Bioforum Schweiz  
**Band:** 48 (1993)  
**Heft:** 4  
  
**Rubrik:** Biofarm

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

**Download PDF:** 29.11.2024

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

## Hilfe zur Selbsthilfe – Eine neue Dienstleistung für Genossenschafter

Verkauf ab Hof war schon immer auf Biobetrieben besonders stark verbreitet. Doch seit einigen Jahren erlebt die Direktvermarktung einen noch nie dagewesenen Aufschwung. Angesichts sinkender Preise und gleichzeitig steigender Kosten suchen immer mehr Betriebe einen direkten Zugang zu den Konsumenten, in der Hoffnung, mit der Handelsmarge den eigenen Arbeitsverdienst zu verbessern.

Diese Rechnung geht dann auf, wenn genügend freie Kapazität auf dem Hof vorhanden ist, wenn das Sortiment attraktiv genug ist und der Hof im Einzugsgebiet einer genügend grossen Kundschaft liegt. Bei grösserer Entfernung ist es eigentlich nur noch vertretbar, dass der Bauer mit seinem Auto zu den Kunden fährt (Markt), statt 50 Autos auf den Hof. Wenn zum Beispiel ein Liter Benzin verbrannt wird, um zwei Liter Biomilch einzukaufen, verkommt, was gut gemeint war, zum ökologischen Verhältnisblödsinn.

Die traditionellen Vermarkter von Bioprodukten (auch andere, wie die Reaktion der Metzgermeister gezeigt hat) verfolgen die Entwicklung der Direktvermarktung mit einer gewissen Skepsis. Private Händler werden sich vermutlich mit Importen schadlos halten. Etwas anders stellt sich das Problem für die bäuerlichen Selbsthilfe-Genossenschaften. Von ihnen erwarten die Genossenschafter, dass sie alles abnehmen, was nicht direkt verkäuflich ist. In Mangeljahren ist das unter Umständen fast nichts, in Überschussjahren sehr viel. Bei Trockenprodukten wie Getreide ist das weiter nicht schlimm, bei Frischprodukten

wie Gemüse oder Fleisch lässt sich mit zu stark schwankenden Mengen kein vernünftiger Markt aufbauen. Wir können ja nicht einfach auf den konventionellen Handel ausweichen.

An seiner letzten Sitzung hat der Vorstand der Biofarm beschlossen, nicht über den Trend zur Direktvermarktung zu jammern, sondern aktiv die Partnerschaft mit den Genossenschaf tern auszubauen.

**Ab 1. September bieten wir deshalb unseren Genossenschaf tern die wichtigsten Artikel unseres Sortiments zu Spezialkonditionen an. Mit den auf dem Hof fehlenden Produkten kann der Bauer sein eigenes Sortiment ergänzen und so neue Kunden dazugewinnen.**

### Beispiele

Betrieb A hat Weizen, Roggen und Triticale anzubieten. Seine Kunden möchten aber auch Dinkel und Hafer beziehen. Ein eigener Anbau bringt nichts, weil keine Mühle so kleine Mengen verarbeiten kann oder will. Die Biofarm liefert das Fehlende in 10- oder 25 kg-Säcken mit der entsprechenden Anzahl neutraler 1 kg-Beutel zum Selberabfüllen.

Betrieb B vermarktet sein Fleisch selber. Die relativ kleinen Mengen erlauben es aber nicht, ein komplettes Fleischwaren-Sortiment herzustellen (z.B. Bündnerfleisch, Wienerli, Salami usw.). Die Biofarm kann hier einspringen und das Fehlende dazuliefern.

Diese Dienstleistung ist auf Biofarm-Genossenschafter beschränkt. Diese werden im De-

tail direkt orientiert. Wer nicht Genossenschafter ist und trotzdem davon profitieren möchte, kann sich bei uns über die Bedin-

gungen einer Mitgliedschaft informieren lassen. Neue Genossenschafter sind in unserer Mitte gern gesehen!

## Reise in die Camargue – 11. bis 15. September 1993

### Programm

1. Tag: Treffpunkt Bahnhof Bern, Fahrt von Bern nach Avignon mit dem Zug. Bern ab 09.18 Uhr, Avignon an 15.45 Uhr. Hotelbezug, Stadtbesichtigung (Pont d'Avignon, Palais des Papes usw.), gemeinsames Nachtessen.
2. Tag: Rundfahrt mit Bus zum Pont du Gard (römischer Aequadukt) und nach Anduze (Grottes du Trabuc, Musée du Désert, Bambushain), Abendessen in Avignon.
3. Tag: Fahrt mit dem Bus in die Camargue; Besuch der Rizerie Bongran in Le Sambuc, Lunch auf dem Gelände der Rizerie, anschliessend Weiterfahrt zu den Salinen von Salin de Giraud, durch das Naturschutzgebiet um den Etang de Vaccarès, Nachtessen in Saintes-Maries-de-la-Mer.
4. Tag: Fahrt mit dem Bus auf das Bio-Weingut Cartier bei Mouriès, anschliessend Besuch des Obst- und Gemüsebaubetriebes von Nicolas Reuze (Schweizer) in Bellegarde. Nachtessen in Aigues-Mortes.
5. Tag: Rückfahrt in die Schweiz. Bern an 14.42.

Preis pro Person: Fr. 820.–

In diesem Preis sind inbegriffen:

- Bahnfahrt 2. Klasse Bern – Avignon – Bern (Basis Halbtaxabo Bern – Genf)
- 4 Übernachtungen in Dreistern-Hotel in Avignon. Doppelzimmer mit Frühstück
- 4 Nachtessen ohne Getränke
- Lunch am 3. und 4. Tag
- deutschsprachige Stadtführung in Avignon
- Busfahrten, Eintritte und Trinkgelder

Zuschläge für Einzelzimmer, Annullierungskosten-Versicherung, Bahnfahrt 1. Klasse

**Anmeldung** Bis 20. August 1993 an:

BIOFARM, 4936 Kleindietwil, Telefon 063 56 20 10